

小金井市農業振興計画に関するヒアリング（中間報告③）

ヒアリングにご協力いただいた方：

- ・今井 啓一郎 氏（小金井市商店会連合会 会長）
- ・伊藤 啓一 氏（小金井市商店会連合会 事務局）
- ・大坪 正直 氏（小金井市商工会 理事）
- ・小野 孝泰 氏（小金井市商工会 事務局長）
- ・斉藤 浩 氏（観光まちおこし協会 副会長）
- ・千葉 幸二 氏（観光まちおこし協会 事務局長）
- ・横山 喜和 氏（会員制農場POMONA）

1 農業振興計画に期待すること

- ◆10年の間で、取り組みやすい内容・事業を位置付けてほしい。
- ◆いずれの取組についても同様であるが、小金井市の中だけでの展開を前提としないしてほしい。市内だけでは解決しないような課題も、視点を広げて近隣の自治体等と連携すれば解決できることは多いように思う。

2 現状と課題

理解

- ◆非農業者として、小金井の農業が現在どのような状況にあり、なぜ農地を守り、残さなければならぬのか理解出来ていない。商業者をはじめとする他業種側にも理解されるようにする必要があるように思う。

農商連携

- ◆地域の取組等で個人的なつながりのある農業者との連携はある。
- ◆商店会としては、まちが賑やかになるような地域のための取組にはいつでも協力したい。
- ◆過去に地場産野菜の販売を行っていたが、決められた日時に納品してもらえないことが課題としてあった。価格設定も様々であり対応が難しかった。
⇒農産物を安定的に供給するのは難しいと思うが、頻度が少なくても良いので定期的な供給がされないとならぬと商との連携は難しいように感じる。

農商連携：情報の見える化・共有

- ◆農業者の年間のスケジュール（農閑期・繁忙期、どのような作物をいつ栽培し出荷しているか等）が分からないため、どのように関わっていけるのか分からない。農業者側に状況を共有してもらえると関わりやすくなる。
⇒情報が見える化されると、何を仕入れられるかが把握でき、計画が立てられる。
⇒連携をもちかけても協力してもらえないのではという懸念もある。
- ◆農業者もそれぞれ事情等が異なる中で、各農業者が地域の為にできることはどのようなものがあるのかを知りたい。
- ◆農業者側の得意なことや出来ること、季節の農作物や時期によってできる農作物が分かると、商業者も関わるところを見つけやすくなる。中間支援組織等を通じてつながれると、円滑にマッチング等を進めることが出来るのではないかと。

生産・販売

- ◆農業を振興するためには生産量を増やす必要があるのではないかと。作るプロである農業者に対し、売るプロである商業者側が追い風となり協力していけると良い。
- ◆市内農産物の波及のためには、通常ルート以外の流通・販路を開拓する必要があるように思う。
- ◆駅近くの商業施設等で地場産野菜のコーナーを設けて販売してはどうか。

- ◆市内のコンビニエンスストア、中華料理屋、コーヒー店等では、地場産野菜を販売するコーナーが設けられている。
- ◆店舗に無償で販売スペースを設けたら、継続的に取り組んでくれるのか、賛同してくれる人がどれだけいるのかという疑問もある。
- ◆商業者としては、定期的に品種数や量を納品してもらえないと協力しづらい。
- ◆小金井市で商売をするにあたり、地価が一番の課題になる。地価の負担があるため、収益事業は継続するのが難しい。
⇒商工会や観光まちおこし協会、市等の、収益性に囚われず、地域の発展のために動ける人たちで率先して取り組む必要があるのではないか。

魅力発信

- ◆環境、食、地域への関心が高い市民が一部いるものの、一般的には安く、購入しやすいものを選ぶ市民が多いように感じている。消費者の行動を見ていると現状のままでは農業振興につなげることは難しいように感じる。
⇒地域の魅力がないと人は集まってこないため、地域の魅力を感じてもらえるイベント等を実施し、情報発信しながら市民をつなげていく必要がある。
- ◆コロナの影響により、ネットショッピングする人が増加傾向にある。これが続くと、小金井市で商売をする価値が薄れてしまう可能性がある。そのような状況を踏まえ、今後はより一層、市民に魅力を感じてもらえるような工夫をすること、魅力を発信することが求められるのではないか。

会員制農場について

- ◆30～40代のファミリー層の利用が多い。大人だけの利用者は年間5～6組。
- ◆ファミリー層は、半年利用のような短期サイクルが参加しやすいようである。
- ◆今後は、受験需要に対応したサービスを提供していきたい。
- ◆小さい規模の農地の稼働率を高める必要があるため、果樹よりも野菜の方が運用しやすい。
- ◆ふるさと納税のように市外からも都市農業を応援してもらい、また、収入につながる仕組みができると良い。例えば、他の市・区の保育園、スポーツジム等から収穫体験をしたいとの要望がそれなりにあることから、都心部の農地の無い自治体等と連携して、学校や保育園等の収穫体験を市内で受け入れる仕組みができると良い。
⇒ある程度の収入が見込めるのであれば、収穫体験事業への参入を検討する農業者等も増える。
⇒市内農業者だけで受入れが難しいのであれば、東京むさし管内等、近隣とも連携することで組みとしても大きくできる。
- ◆情報発信面では苦勞している。市民農園等については民間の大手事業者による寡占状態となっており、単独の事業者ではかなわない。そのため集客面でも苦勞している。
- ◆市が運営する市民農園の使用料が安いと、比較されることも多く、民間事業者としては厳しい。
⇒市民農園の利用は、限られた人しか享受できない市民サービスであり、嗜好品に近いものである。使用料を高くした上で市外在住者も利用できるようにした方が都心部等からの需要も見込むことができ、市や都市農業のPRにもなるように思う。
⇒より多くの方に利用していただくため、原則1年の農園利用とし、2年連続で利用したい方は、よりグレードの高いサービスを楽しむことになるため、使用料を高くしても良いように思う。

3 今後の取組アイデア

農商連携

- ◆「農」を使って、市民（消費者）に何を提供することが出来るのかを、農業者と商業者が一緒に考えていくことが大切なのではないか。
⇒人に来てもらえる要素、地域のためになる要素を意識してもらうことが重要。
- ◆商業者サイドは、直接的に農の問題に関わることも、商業または地域のために農の一部を活用させていただくようなアプローチになるように思う。
- ◆産業祭りも大事であるが、異業種連携の日常的なイベント等があると良い。
- ◆新しい取組を行う際には、既に地域で活動を活発に行っているような人のみではなく、双方側の若手や面白い人を集め、新たな出会いやつながりが生まれると良いように思う。

農商連携：コミュニケーション

- ◆農商で連携し、イベント等を開催するためにはお互いのことを知る必要があるように思う。農・商業者が、同じ日に同じ場所でイベントに参加することは可能だが、お互いのことをよく知らない状態で一緒にイベントをつくり上げることは難しいように思う。
⇒農業者と商業者の定期的なコミュニケーションの場を設けてはどうか。
- ◆個人間のつながりがない農・商業者同士が直接連携するのは長期的に見ないと難しいように思う。農業者と商業者の中間支援を行う人が必要。
- ◆農商業者が互いの事情を共有できるようなコミュニケーションの場はイベント的な形であれば可能かもしれない。農商業者の中間支援を担う人がいると円滑に進むかもしれない。
- ◆農・商業者が楽しめる定期的なコミュニケーションの場があると、時間はかかるが、関係性が築かれ、イベント開催等の連携に発展していくように思う。

B品等について

- ◆市場に出荷されない珍しい魚等をひと箱2千円で卸してくれる業者がいた。何が入っているかは、箱を開けるまで分からないが、毎日卸してくれる（定期的である）ことと、安価であったために役に立った。
⇒農産物でも同様の取組があると良いのではないか。多少見た目が悪くとも「おちこぼれサラダ」等の名前で売り出す等、活用方法は多様に考えられるように思う。
⇒重要なのは、毎日でなくても良いので定期的に納品できること（週に何回、何曜日等決められていること）と、通常より安価であること。

特産品・ブランド化

- ◆地域発信するには特産品が必要なように思う。
- ◆特産品は、各業種の人々が共通のテーマとして販売展開等に取り組むことができ、一時的ではなく継続的に取り組むことが可能になる。
⇒【販売展開イメージ】加工品の販売 → 特産品をテーマにしたキャラクターデザイン → 市内飲食店で特産品を使ったメニューやお弁当の販売 → イベント企画
- ◆地域のおすすめ等の情報を安心・信頼して聞けるまちのコンシェルジュが出来ると良い。
- ◆地場産農産物、特産品やそれに関連する商品を販売する道の駅のような施設があると良い。

加工品の製造等

- ◆加工品の製造は、ある程度のスケールメリットが無いと継続していくことが難しいと感じる。
- ◆少数の農家で加工品の製造をした場合、ロットに合わせた農産物の供給が大変なため、継続していく中で負担感が増していくケースが多い。参画する農業者が多ければどこかが不作となっても補い合うことができる。

- ◆栄養士と連携し、学校給食で使用するための加工品を開発してはどうか。地場産野菜の使用率向上にもつながるし、ある程度の使用が見込まれるのであれば参画する農業者も増えるように思う。
- ◆市内での加工品の開発・販売は、小ロットで取り組めることがメリットになるのではないかと。

農業振興

- ◆キャラクターを用いたPR等、みんなが応援でき、様々な活動が派生していくような大きな流れが必要。
⇒大きな流れの案として、一つの農産物に特化したイメージ戦略（小平のブルーベリー、静岡のわさび等）、イメージキャラクターを作る等が考えられる。
⇒特別に美味しくなくても、共有できる大きなテーマ（柱）があれば商業側は販売協力できる。

観光農園

- ◆都心部の子ども等市外からも人を呼び込み、観光につながる農業体験等の取組があると良い。
⇒協力してくれる農業者を募るのが課題となる。
⇒目的を意識して広めていくような動きが必要になるように思う。
- ◆観光農園の取組として、農業体験にプラスして、商業者の協力を得てお土産（おやつ等）を作ってもらおうと良いのではないかと。
⇒農が人を呼び、商がお土産を渡す等、一緒に盛り上げるような形で連携できると良い。
- ◆参加費として、「農業体験代 + お土産代 + 運営管理代」をいただく等の工夫をすれば、商・農業者にとって多少の利益を生み出すことは可能なのではないかと。

子どもの学びの機会の提供

- ◆市内のお店の協力のもと、農作物と商品を物々交換できる仕組みがあると面白いように思う。例えば、子どもが自宅の庭やプランター、農地の一面等で育てた農産物を代金代わりにして、おやつや食事と交換できる等の仕組み。子ども達の学びにつながるとともに、生活に困っている家庭の子どもへの支援につなげていくことができるように思う。

小金井らしさ

- ◆日常の楽しみや、生活に馴染んでいるものにみんなで取り組むような「日常のイベント」を大切にし、イベント的にしかけていってはどうかと。
⇒「日常」で行えるものは、商業者にとっても取り組みやすく、長期的に続けられる。

with コロナ

- ◆暫くコロナの状況は続くように考えている。今後は、「コロナだけどころか！コロナだからできる！」取組を考えていく必要がある。

近隣の取組の研究

- ◆千葉県では観光・レジャー農園の取組、近隣でも国分寺市等はブランディングの取組を推進しているため、そうした取組を研究し、市内での取組に活かしていただきたい。

以上